

GEVAT

EG
Group

APRIL 2018

#25



IN GESPREK MET...

Brookhuis Groep
vervoersdiensten

ONTWIKKELINGEN

World Class
Experience

ORGANISATIE

Over elke stap
is nagedacht

RELEVANT BLIJVEN OPDAT U WINT

Afgelopen jaren ben ik met name bezig geweest met het ontwikkelen van de concepten voor shops en het samenwerken met sterke merken voor bij onze tankstations. Reeds zichtbare voorbeelden zijn Go Fresh, Spar en Subwayvestigingen.

Mogelijk dat u via de pers heeft vernomen dat Texaco en Firezone locaties worden omgebouwd tot Esso en Esso Express stations. Er is een bewuste keuze gemaakt om met Esso te gaan samenwerken; een partner die bereid is om blijvend te investeren in het merk en de producten en diensten die ze aanbiedt. Synergy Fuel is zo'n voorbeeld van een premium brandstof. Prettig voor u is dat we eveneens Texaco blijven aanbieden.

De tankkaart van de EG Group -de Go Card- wordt op een breed netwerk stations geaccepteerd, zoals op alle Texaco, Firezone, BP en binnenkort ook alle Esso stations. Omdat we volop in beweging en ontwikkeling zijn, vindt u in onze app 'Go the easy way' altijd het meest actuele overzicht van de stations waar u terecht kunt. Op termijn kunt u ook door simpelweg uw kaartnummer in te voeren direct zien waar u, ongeacht het brandstofmerk, kunt tanken. Klanten die de uitgebreide tankmogelijkheden willen limiteren, helpen we natuurlijk daarbij door de autorisatie te beperken.

Hoewel de EG Group ook brandstoffen aanbiedt, is het geen oliemaatschappij, maar een 'forecourt' retailer. Ik ben samen met mijn collega's verantwoordelijk voor het veranderproces dat we doormaken. We zien dat de behoeften van de consument veranderen. Zo maken consumenten steeds meer op de dag zelf de keuze wat ze 's avonds willen eten. Daar spelen onze shopconcepten, die wij samen met onze partners implementeren, op in. Maar, een concept ontwikkelen en uitrollen is slechts het begin. De consument blijft veranderen en steeds meer vragen. Dus stilzitten is er voor ons niet bij: we willen relevant blijven.

We hebben onszelf een opdracht en de klanten een belofte gegeven: wij zullen onze klanten een 'World Class Experience' bieden. We zien het als een echte wedstrijd, die wij willen spelen om u te laten winnen.

BRAM VERHOEVE
MANAGING DIRECTOR EG BUSINESS
PART OF THE EG GROUP



VOOR ELKE KLANT

World Class Experience

**Kent u ze nog?
De verpakte broodjes in de tankstations die ongeveer vier weken houdbaar waren? Consumenten moesten hiermee genoeg nemen. Die tijd is allang voorbij. EG Group gaat samen met haar merkpartners nog een stapje verder voor de beste service en de beste producten voor een concurrerende prijs.**

We schuiven aan tafel met de aanvoerders van EG Group: Jack Dolman, George Roberts en Bram Verhoeve. Jack is verantwoordelijk voor alle activiteiten op de tankstations. George is op zijn beurt verantwoordelijk voor de verkoop van bulkvolume en olieproducten aan zakelijke klanten alsmede de aankoop, opslag en distributie van de brandstof naar de tankstations. Tot slot is Bram verantwoordelijk voor marketing, communicatie, loyaliteitsprogramma's alsmede de verkoop van tankpassen aan zakelijke klanten. Dit trio vertelt ons over het inspelen op de razendsnel veranderende klantenvraag.

OP DE SHORTLIST

Jack: "Als EG Group hebben we het grote voordeel dat we veel ervaring hebben opgedaan in Engeland. De klant was daar eerder al veeleisender. Die ervaring gebruiken we nu om de landen waar we actief zijn goed te bedienen. Natuurlijk is de ene markt de andere niet en bieden we lokaal passende oplossingen aan. Zo zijn we een samenwerkingsverband aangegaan met lokale partijen die een kwaliteitsaanbod kunnen bieden op de tankstations. Neem in Frankrijk de samenwerking met Carrefour en met Spar in Nederland."

George: "Wat voor de retail geldt, geldt ook voor de verkoop van brandstoffen. Ook in deze tak van sport is het belangrijk om de klanten te bieden wat ze nodig hebben. Met premium kwaliteit als uitgangspunt. We weten zeer goed dat klanten keuzemogelijkheden hebben. Door onze systemen en processen te optimaliseren, de juiste alternatieve brandstoffen aan te bieden zoals NextGenB30, willen we bovenaan de shortlist van de (potentiële) klanten staan. Daarbij helpt natuurlijk ook dat onze prijzen scherp zijn."

Bram: "Mijn team verzorgt onder andere de communicatie en de loyalty programma's; samen met Jack en George komen we zo tot een integrale aanpak richting zakelijke klanten en consumenten. Het uitgangspunt bij alles wat we voor al onze klanten doen is het creëren van waarde."

Jack: "Natuurlijk wordt onze aanpak gekopieerd. Het goede nieuws is dat uit onafhankelijk onderzoek blijkt dat onze formule meer waardering krijgt. Het onderscheid wordt gemaakt met goede formules en onze mensen in de shops. We zien dat de training op het gebied van klantenservice voor onze medewerkers in de shops zijn vruchten afwerpt."

VOORTDURENDE VERANDERING

George: "De transitie naar elektrisch rijden is in volle gang. Als je kijkt naar landen om ons heen dan zie je dat Noorwegen daar al ver in is; 40% van de nieuwe auto's is daar elektrisch aangedreven. Omdat het wagenpark per jaar slechts 10% wordt vernieuwd, duurt het nog even voordat iedereen 'om is'. Maar de trend is helder. Tijdens deze transitie bieden wij alternatieve brandstoffen aan die minder CO₂ uitstoten."

Bram: "Als ik terugkijk naar de ontwikkelingen van het afgelopen jaar, dan mag je wel zeggen dat deze snel zijn gegaan. Sneller dan we hadden mogen hopen. En ik ben ervan overtuigd dat er nog meer ontwikkelingen aankomen. Het delen van kennis met de collega's van EG Group in de andere landen waar wij actief zijn en het samenwerken met relevante partners, voorkomt het opnieuw uitvinden van het wiel; en dat maakt het verschil."

George: "We hebben al diverse acquisities in Europa gedaan en we willen blijven groeien. Dat is overigens geen doel op zich; het bieden van kwaliteit staat altijd voorop."

AFSTEMMING

Vanzelfsprekend praten de drie mannen elkaar regelmatig bij en stemmen ze hun werkzaamheden op elkaar af. Bram: "Maar ook dit doen we anders. We kennen geen vaste vergadermomenten. Als het nodig is dan weten we -waar we om dat moment ook zijn- elkaar te vinden. Kort schakelen in het belang van een World Class Experience: de beste klantbeleving bij het beantwoorden van de klantenvragen van nu." ■

De aanvoerders van EG Group

JACK DOLMAN, Managing Director EG Retail

EG Retail is het onderdeel van EG Group dat zorgt voor een uitmuntende operatie in de shops.

BRAM VERHOEVE, Managing Director EG Business

EG Business is als onderdeel van EG Group verantwoordelijk voor de zakelijke tankpassen, CRM en loyaliteitsprogramma's.

GEORGE ROBERTS, Managing Director EG Fuel

EG Fuel is de tak binnen de EG Group die zorgt voor de aankoop, opslag, distributie en verkoop van alle (alternatieve) brandstoffen en smeermiddelen.



JACK DOLMAN

BRAM VERHOEVE

GEORGE ROBERTS



OVER ELKE STAP IS NAGEDACHT

16 uur per dag teamwork in optima forma

In totaal voorzien circa 55 mensen al onze Benelux klanten van brandstoffen. De verbindende schakel tussen de brandstofdepots en de klanten wordt gevormd door Jan Meuleman (Secondary Distribution Manager) en zijn team.

Als individuele afnemer is nagenoeg niet te zien wat er allemaal bij zijn levering komt kijken om die op zijn specifieke adres te verzorgen. Een inkijkje in de wereld van planning en transport binnen EG Fuel.

VROEGE VOGELS

Jan: “Als wij om 06.30 uur op kantoor beginnen, hebben diverse chauffeurs er al enkele uren op zitten. Ze rijden de bestellingen van de dag ervoor uit. Omdat we met twee chauffeurs per wagen werken, wisselen ze halverwege de dag. De vroege chauffeur begint om 05.00 uur en stapt na zijn dienst in de personenwagen waar zijn collega mee aangekomen is, rijdt naar de wisselplaats en gaat naar huis. De andere chauffeur rijdt de rest van de brandstof uit. Deze zogenaamde wisselauto is een initiatief van EG Fuel en voorkomt onnodig tijdverlies, want efficiëntie is waar het allemaal om draait in de logistiek.

In mijn vorige functies heb ik met verschillende planningsoftware-programma’s ervaring mogen opdoen. Elk programma heeft zo zijn voor- en nadelen bij de ondersteuning van de logistieke operatie. Bij EG Fuel werken wij met Lomosoftware. Dat past ons uitstekend, maar we realiseren altijd weer dat het de klant is die uiteindelijk de logistieke operatie bepaalt. Op de momenten waarop een klant ‘ineens’ met een verzoek komt, dan zijn het de planners die hun vakmanschap inzetten om de klant optimaal te

beleveren. De klant staat wat ons betreft altijd voorop, ook als het programma een ander voorstel qua routeplanning geeft.”

DIRECT AAN DE SLAG

“Om 06.30 uur halen de planners als eerste de standen op van stations en de meetsystemen die bij klanten geïnstalleerd zijn. Omdat het bijna nooit te voorspellen is hoeveel brandstof met name seizoensbedrijven op een dag gebruiken, is er het risico dat een klant te weinig brandstof beschikbaar heeft. Dat kan natuurlijk niet. Op dat moment onderscheidt de professionele planner zich; hij schaakt op diverse borden om het misgrijpen van de klant te voorkomen. De transponders in de tanks bij klanten en software helpen zeker op dat moment, maar een planner gaat verder. Die heeft meer gevoel bij een operatie, zeker als er zich die onverwachte situatie voordoet. Hij kan ook de telefoon pakken en overleggen met de klant om te anticiperen op een aanstaand tekort en/of te komen tot een goede oplossing. Daarbij helpt natuurlijk ook mee dat we kunnen laden op verschillende depots (zie pagina rechts). Dat levert tijdwinst op.”

INSPELEN OP LOKALE OMSTANDIGHEDEN

“Ieder van onze vijf planners werkt voor een specifieke branche. Daarmee borgen we dat er dezelfde taal wordt gesproken. Verder werken we ernaar toe dat er per regio een vast team werkt aan de logistiek. Dat bevordert enerzijds het

teamgevoel en anderzijds geeft het de klant vaste aanspreekpunten. Persoonlijke aandacht is en blijft wat ons betreft het onderscheidende vermogen.”

Werken de planners vanuit kantoor, de eigen chauffeurs zijn de oren en ogen in het veld. “Zij weten wat er lokaal op de weg speelt. Zij spelen in op onverwachte (weers)omstandigheden. Zij zijn de cruciale verbinding tussen klant en ‘kantoor’. Alleen door de juiste samenwerking tussen kantoor en de chauffeur kunnen we de klant adequaat helpen.

ZELF ERVAREN

Met ingang van dit jaar zijn de interne overleggen die er al waren anders ingericht. “We zijn per regio gaan werken. Elke twee weken bespreekt het planteam het werk. De regioplanner gaat bovendien samen regelmatig mee in de wagen. Dan zien ze wat de chauffeur lokaal meemaakt. Het overleg tussen dit duo speelt in op de specifieke omstandigheden.

Verder gaan we na welke punten relevant zijn om te meten. Door de resultaten van die metingen te bespreken, kunnen we de operatie nog succesvoller maken. Mijn rol hierbij is het nemen van initiatieven om dat voor elkaar te krijgen. Met plezier ga ik daarvoor op zijn tijd mee het veld in.”

Planners, chauffeurs en management: 16 uur per dag aan het werk om de klant optimaal te beleveren. ■



Het logistieke speelveld:
'de schaakstukken van Jan'



INPUT ORDER

- CIRCA 180 TRANSPONDERS BIJ KLANTEN
- 1 (BESTEL)WEBSITE
- 1 (BESTEL)APP
- 9 ACCOUNTMANAGERS



VERWERKING ORDER

- 1 SOFTWARE SYSTEEM
- 5 PLANNERS



OUTPUT ORDER

- 13 BRANDSTOFDEPOTS IN DE BENELUX
- 25 TANKWAGENS
- 45 CHAUFFEURS
- 1 WAGENPARKBEHEERDER
- 1 VEILIGHEIDSMEDEWERKER



Van links naar rechts: Marco van de Wetering, Con Sagel, Patrick Roo, Roelien Kleis, Jan Meuleman, Cristel Corporaal en Christiaan Pol. Niet op de foto: Henri Kuiper.

Groot geworden door gezellig te blijven

BROOKHUIS GROEP



Dikke kans dat je ze in het oosten op het wegennet tegenkomt: Brookhuis. Het is al decennialang een begrip in Twente. Maar ook daarbuiten wordt er met veel belangstelling naar het familiebedrijf gekeken. Door klanten én concurrenten.

Gedurende de jaren is de mobiliteitsspecialist uitgegroeid tot een organisatie met 600 medewerkers, verdeeld over drie Business Units. Binnen de Brookhuis Groep bestaan Brookhuis Taxivervoer, Brookhuis Verkeersschool en Brookhuis Reizen. Kortom, een serieuze speler, met een serieuze kijk op kwaliteit én creativiteit. Aan het roer staan de gebroeders Brookhuis. De redactie van GEVAT vraagt ze: 'Waar gaat de reis naartoe?'



Ronald Brookhuis,
Commercieel directeur



Carole Brookhuis,
Facilitair manager



Erwin Brookhuis,
Algemeen directeur



Joyce van de Pas,
Accountmanager EG Cards

HET KAN VERKEREN

Aan een gezonde dosis ambitie heeft het Ronald (54) en Erwin (47) Brookhuis nooit ontbroken. Om te kunnen begrijpen wat voor groeiproces zij in het verleden hebben meegemaakt, doen we eerst een paar stappen terug in de tijd. Ronald en Erwin behoren namelijk tot de tweede generatie binnen het bedrijf. Samen met hun echtgenotes en honderden medewerkers maken ze iedere dag van elke rit een heuse belevenis; een mentaliteit die ze van hun vader hebben meegekregen. Hij was degene die in 1963 de stap maakte om in de avonduren samen met zijn vrouw een zelfstandig vervoersbedrijf op te richten. Toen nog naast zijn normale werk bij de PTT. Zo blijkt maar weer, het kan verkeren...

DE VRUCHTEN VAN EEN FAMILIEBEDRIJF

"Wij hebben eigenlijk heel veel geluk gehad", begint Ronald. "Mijn broer en ik zijn namelijk een wereld van verschil. Onze interesses liggen mijlenver uit elkaar. Dit zorgt ervoor dat ik me totaal niet met hem bemoei, en hij niet met mij. Ik heb heel veel respect voor mijn broer. Waar hij zich mee bezighoudt en waar hij oog voor heeft, zijn dingen waar ik mij totaal niet mee bezig houd. En andersom geldt dat precies zo. Dus als je het hebt over 'elkaar aanvullen', dan zijn wij wel het schoolvoorbeeld. Dit maakt samenwerken binnen familiale kring mogelijk. We zitten elkaar niet in de weg."

Tot die familiale kring behoren tevens de echtgenotes van de heren. Erwin: "Mijn vrouw Carole (46) is verantwoordelijk voor de facilitaire diensten. Mijn schoonzus leidt de verkeersschool. Met andere woorden: we werken allemaal onder hetzelfde dak, echter bijna nooit letterlijk. Iedereen heeft zijn eigen taken en werkomgeving. Op die manier houden we alles in evenwicht. De essentie zit hem in het vertrouwen van elkaar. Als dat goed zit, heb je nooit discussies. En juist omdat we familie zijn, kennen we elkaar door en door. En is dat vertrouwen er. Altijd."

RUST IN DE TENT

"Ik houd wel van een borrel en sigaretje op z'n tijd. Mijn broer heeft nog nooit van z'n leven gerookt of gedronken", aldus Ronald. "Hij kan eerder genieten van

een schoongewassen Brookhuis auto met een strak aangeklede chauffeur. Feilloos geeft hij aan of iets wel of niet goed is. Wat dat betreft denkt hij heel rationeel. Ik ben de filosoof van de twee; ik heb veel belangstelling voor wat er speelt in de wereld, welke mogelijke invloed de veranderende maatschappij heeft op onze werkzaamheden en welke kansen daar dan bij komen kijken. Daarnaast ben ik chaotisch en impulsief, terwijl mijn broer meer voor de balans en rust in de tent zorgt."

"Ik ben de steen binnen het bedrijf, mijn broer het cement", voegt Erwin daaraan toe. "Dit maakt dat we samen staan als een huis. Het leeftijdsverschil heeft ertoe bijgedragen dat we elkaar pas op latere leeftijd echt vonden. Vanaf mijn 25^e gingen we voor het eerst samen op vakantie. Die trend heeft altijd aangehouden; tegenwoordig hebben we een vakantiehuisje pal naast elkaar in Giethoorn. Dat klinkt misschien gek als je ook op professioneel vlak al een eenheid vormt, maar in de praktijk kom ik mijn broer eigenlijk niet of nauwelijks op de werkvloer tegen. Dus dan is het juist leuk om elkaar in privésferen wél te zien."

KOPIEERGEDRAG

Terug naar de werkvloer. Ook na diverse overnames, die voor een explosieve groei hebben gezorgd, is het kenmerkende familiegevoel nog onverminderd aanwezig. Brookhuis weet zich knap staande te houden in de snelle wereld van mobiliteit. Immers, geen branche die zo aan verandering onderhevig is als de vervoersbranche, weet ook Ronald. "Speciale internetdiensten als Uber, de opkomst van autodelen, alsmede de technische ontwikkelingen van de auto zelf – denk aan de zelfrijdende auto – zorgen ervoor dat onze branche constant in beweging is. Wij mogen niet achterblijven, dus aan ons de taak om die ontwikkelingen op de voet te blijven volgen. En erop in te spelen wanneer de kans zich voordoet. Dit betekent dat we Brookhuis moeten benaderen als aanbieder in mobiliteit, in de breedste zin van het woord. Bang zijn voor verandering of ervoor wegllopen heeft geen zin. Weten we goed aan te haken bij alle ontwikkelingen, dan waarborgen we de toekomst van Brookhuis. Het is een continue zoektocht naar verbeteringen, en uiteindelijk een kwestie van durven én doen.

Lees verder op de volgende pagina

Vervolg van vorige pagina

Uiteraard komen we zo nu en dan wat hobbels op de weg tegen. Om grip te krijgen op de mobiliteit in Twente, moeten we de switch maken van een dienstverlenende onderneming naar een data-gedreven onderneming. Ondertussen worden we als speler nauwlettend in de gaten gehouden door andere aanbieders. Onze creatieve werkwijze en slimme marketing hebben eraan bijgedragen dat we al voor heel wat inspiratie hebben gezorgd bij concurrenten. Soms iets té veel...”, refereert Ronald aan het kopieergedrag van collega-ondernemers, soms tot grote ergernis van de gebroeders Brookhuis. “Wat kun je eraan doen? Het is alleen maar negatieve energie, die we beter kunnen ombuigen tot iets positiefs. Immers, ergens is het ook wel weer een mooi compliment.”

365 DAGEN FEEST

Hoe anders ging het er vroeger aan toe. “We zijn opgegroeid binnen zeer operationele sferen”, blikt Ronald terug. “Het bedrijf was zeven dagen per week geopend. Mijn moeder pakte zaterdagavond om 04.00 uur het laatste telefoontje aan en stond zondagochtend om 07.00 uur alweer in de startblokken om de eerste klanten van dienst te kunnen zijn. Toen ik in het bedrijf kwam, waren we met z’n vijftien. Het bedrijf zat aan huis, samen waren we 365 dagen per jaar operationeel. M’n broer en ik begonnen als chauffeur; dat was een geweldig feest. Tenminste, als je er zelf een feestje van maakte. Op een gegeven moment verplaatste ik me meer richting kantoorwerkzaamheden. Vanaf daar begon ik te broeden op nieuwe ideeën. Mijn vader was altijd heel praktijkgericht. Als hij mij achter het bureau zag zitten, vroeg hij bijna standaard: ‘Wanneer ga je nou eens aan het werk?’”

CULTUURBEWAKER

Erwin glimlacht bij het ophalen van deze herinnering. “Mijn moeder werkte op de achtergrond en was de drijvende kracht achter de business. Mijn vader het visitekaartje. Hij was heel erg geliefd, deed alles voor zijn collega’s en klanten. ‘Nee’, kende hij niet. Nog steeds hebben mensen het over hem, dat ze hem missen. Dat raakt me iedere keer weer als ik dat hoor. Je moet van mensen houden om kwaliteit te kunnen leveren als taxichauffeur. Dat deed hij. En de mensen hielden van hem.

In 1995 namen we het bedrijf over. Wij pakten de dingen heel anders aan. Gelukkig kregen we die vrijheid. De adviezen vanaf de zijlijn bleven, mijn vader was een echte cultuurbewaker. Simpele handelingen als koffie langsbrengen in de kantine, een praatje maken met chauffeurs of de vaatwasser uitruimen, dat was typisch mijn vader. Dat soort rituelen is hij altijd trouw gebleven. Daarmee hield hij de oude Brookhuis cultuur in leven.”

PASSIE & PLEZIER

Ronald: “Na het overlijden van onze ouders en de verschillende overnames volgde een wederopbouw van het begrip Brookhuis. We brachten namelijk zoveel verschillende culturen samen, dat we echt opnieuw naar elkaar toe moesten groeien om de eenheid te vormen die we vandaag de dag weer zijn. Brookhuis kenmerkt zich door oprecht ondernemerschap. We zijn wie wij zijn en doen ons niet anders voor. Werk je voor Brookhuis, dan werk je met passie en plezier. Zonder gezelligheid, is voor ons de lol er al gauw vanaf.”

Ronalds schoonzus Carole kan dit beamen. Carole: “De persoonlijke touch, de loyaliteit, de warme familieband, de toegevoegde waarde; het is door heel het bedrijf nog steeds

“Je moet van mensen houden om kwaliteit te kunnen leveren als taxichauffeur. Dat deed mijn vader. En de mensen hielden van hem.”

— ERWIN BROOKHUIS

waarneembaar. Wat de omvang van Brookhuis Groep ook is, hiermee blijven we ons onderscheiden. Die toegevoegde waarde is wel eens lastig te verkopen, zeker omdat we bij taxivervoer steeds vaker met aanbestedingen te maken hebben, waar vooral naar de kosten wordt gekeken. Het contact tussen de chauffeur en de gast en de wijze waarop hij hem helpt, wordt hierin niet altijd meegewogen.”

In EG Group en voorheen Salland Olie ziet zij al tig jaar de perfecte partner. “Wij hebben aan deze club een hele prettige leverancier”, licht Carole toe. “Niet alleen het contact met Joyce (Van de Pas, Accountmanager EG Cards-red.) is goed, maar ook de binnendienst heeft haar zaken goed op orde. De lijnen zijn kort, waardoor we altijd snel kunnen schakelen. Het systeem van EG Group klopt, zij staan voor totale ontzorging.”

KLANT VOOR HET LEVEN

“Onze ouders waren destijds al klant bij Salland Olie”, voegt Ronald daaraan toe. “Zo ver gaat ons partnership terug. Ik denk dan ook

oprecht dat leveranciers aan ons de meest trouwe partner hebben die ze zich kunnen wensen.” Erwin staat er iets kritischer in, maar is daardoor niet minder enthousiast. “Voor mij is de persoon aan de andere kant van de tafel heel belangrijk. Als er geen klik is, wordt het nooit wat. De man of vrouw moet aan een half woord genoeg hebben en met me meedenken, door zich in te leven in onze business en te weten wie onze klanten zijn. Als dit klopt, heb je aan Brookhuis een klant voor het leven.”

Joyce benadrukt het prettige en natuurlijke samenspel tussen de partijen. “Het wederzijdse begrip komt grotendeels voort uit het feit dat onze organisaties dezelfde groeispurt hebben doorgemaakt. Dit schept een band. Daarnaast wordt er van beide kanten oprechte interesse getoond.” Joyce heeft ervaring als zelfstandig ondernemer en als taxichauffeur en weet precies wat er in de branche speelt. “We willen van elkaar weten wat er speelt. In het proces van continu meedenken en ondersteunen waar mogelijk, draaien we samen alvast warm voor een toekomst vol nieuwe uitdagingen.” ■



Accountmanager Joyce van de Pas

MOTTO'S
PROBLEMEN ZIJN ER OM OPGELOST TE WORDEN. WAAR EEN WIL IS, IS EEN WEG. EEN DAG NIET GELACHEN IS EEN DAG NIET GELEefd!

TELEFOON
06 - 82 36 63 01

E-MAIL
JOYCE.VANDEPAS@EUROGARAGES.COM

PROFESSIEONEL
Jarenlang heeft zij een eigen horecazaak gehad. Samen met een team hun gasten een ervaring geven heeft veel gebracht. Het opgebouwde dna is dan ook typerend voor hoe zij in haar huidige baan opereert: ervoor zorgen dat de klanten zich gehoord en begrepen voelen. Ze oogt zeer vriendelijk; toch is het bruggen slaan waar het Joyce om gaat. Haar credo: 'Transparantie en hardop denken; dan komen we er wel uit.' Het (her)kennen van de bedrijfsvoering en weten hoe het is om op die andere stoel te zitten helpt bij een krachtige samenwerking. Mede door haar ervaring als taxichauffeur zit dat bij Brookhuis wel goed.

PERSOONLIJK
Samen met haar partner, dochter van 14 en zoon van 10 genieten en het leven ontdekken. Bij voorkeur gaat zij in de zomer het water op. Groot muzikkliefhebber en ex-zangeres in een jazz-band. Haar zangtalenten waren vroeger veelvuldig te horen in diverse settings. Nu zijn het (helaas) slechts nog de gezinsleden degene die hiervan mogen genieten.

'JE HOEFT GEEN OLIE TE VERKOPEN'

Vrolijk 35 jaar in dienst



Na de HTS Werktuigbouwkunde is Laurent Vrolijk samen met zijn vader vanuit huis een oliehandel begonnen: LAVRO-Oliehandel (Laurent Vrolijk Oliehandel). Je eigen naam verbinden aan een bedrijf toont persoonlijke betrokkenheid. De overname van LAVRO door Texaco-merkhandaelaar Broermann uit Bergen op Zoom betekende de start van Laurent's carrière als vertegenwoordiger. En wel bij het overnemende bedrijf.

Na 35 jaar historie met vele veranderingen en werkgevers is één facet is nog steeds hetzelfde: het optimaliseren van klantrelaties. Het is zijn tweede natuur. Laurent: "Misschien komt dat wel omdat ik minder goed om kan gaan met veranderingen. Dus is er die relatie, dan doe ik er veel aan om die goed te houden."

2 CV'S

De wereld van energie is de laatste jaren meer dan ooit in beweging. Het lijkt voor een man die geen fan is van veranderingen niet eenvoudig om hier mee om te gaan. Laurent: "Daarom is het ook goed om een juiste balans te hebben gevonden tussen mijn werk CV en mijn 2CV. Het werk vind ik nog steeds super. Maar, naast het plezier dat ik beleef met mijn familie (vrouw Agnes en dochters Michelle en Sofie) ben ik druk met Eenden. Ik heb er twee. Het motorisch opknappen is niet zo ingewikkeld en het plaatwerk goed krijgen is, door mijn HTS opleiding en de opgedane ervaringen tijdens mijn stage bij een autoschadebedrijf, eigenlijk alleen een tijdskwestie. Samen met mijn echtgenote en een bevriend stel - in een 4-wiel aangedreven Eend - heb ik meegedaan aan een aantal rally's waarvan Amsterdam-Dakar wel de meeste indruk heeft gemaakt. Dwars door streken in Afrika waar we het gevoel hadden de eerste buitenlanders te zijn."

TEGEN EEN STOOTJE KUNNEN

Dergelijke tochten brengen veel emoties mee. Laurent: "Met een Eend deze avonturen aangaan is geweldig. We hebben zoveel meegemaakt en gedeeld. Dat schept een band die ook tegen een stootje kan." Een stootje klinkt onschuldig, de realiteit is wat anders. "Zo'n 6 jaar geleden heb ik een vervelend mountainbike-ongeluk gehad. De artsen hebben heel wat werk aan mij gehad. In dat soort tijden heb ik veel steun van mensen om me heen gekregen, ook van collega's. Dat geeft een goed gevoel."

JEZELF VERKOPEN

Is er op de respectabele leeftijd van 62 jaar meer om naar terug te kijken dan om naar vooruit te kijken? Niet voor Laurent: "Ik werk nog elke dag met plezier en probeer - net als een Eend - mee te veren met ontwikkelingen op de weg voor me. Bij sommige klanten zit ik met de tweede of derde generatie aan tafel. Dat maakt dit werk zo leuk. Ik kan mijzelf er helemaal in kwijt. Ik denk nog vaak aan de woorden van de heer Frans Broermann: 'Laurent, je hoeft geen olie te verkopen, je moet Laurent Vrolijk verkopen.' Die woorden maken me iedere keer weer vrolijk." ■



CHEVRONS BIJDRAGE AAN STOP-STARTSYSTEMEN



Havoline ProDS helpt moderne motoren (her)starten

Auto's staan helaas vaak stil in het verkeer. De opkomst van intelligente stop-startsystemen heeft bijgedragen aan een efficiënter brandstofverbruik. Maar deze systemen vragen ook om goed onderhoud en goede smering. Bij Chevron besteden we hier veel aandacht aan.

Een conventionele auto zonder moderne technologie wordt tijdens een levenscyclus zo'n 40.000 tot 60.000 keer gestart. Auto's met een stop-startsysteem zien dat aantal met gemak vertienvoudigen. En bij hybride auto's - die bij een bepaalde snelheid of accuduur overschakelen van elektromotor naar brandstofmotor - is dat aantal nog hoger. Dat heeft zijn weerslag op de onderdelen van een motor, maar het heeft nog meer invloed op de smering van een motor. Een motor moet niet alleen gesmeerd zijn bij een koude start, maar ook bij herhaaldelijke warme starts. Mede met het oog op het groeiende aantal stop-startsystemen ontwikkelde Chevron de Havoline ProDS motorolie.

BESCHERMING ZONDER OLIEDRUK

Goede smeeroilie is van vitaal belang voor stop-startmotoren. Als voorbeeld nemen we een krukaslager. Het platte oppervlak van het lager wordt enkel door een dunne film smeeroilie gescheiden van de motorbehuizing. Als een motor draait zorgt de druk van de smeeroilie voor afstand tussen lager en behuizing. Als een motor afslaat valt die druk weg en stopt de smeeroilie met stromen. Een minuscuul laagje olie is dan nog de enige bescherming tussen beide componenten. Het gevaar op snelle slijtage is dan groot, zeker bij herstarten. Hoogwaardige smeeroïlen hebben de kwaliteiten om onderdelen van stop-startmotoren optimaal te ondersteunen.

De chemische samenstelling is zodanig ontwikkeld dat slijtage wordt tegengegaan en de motor in goede conditie blijft. Wanneer de motor aanslaat en de smeeroilie onder druk weer gaat stromen, worden onderdelen opnieuw gesmeerd en verdwijnt dit gevaar naar de achtergrond.

ALS EEN MOTOR AFSLAAT VALT DE OLIEDRUK WEG. TUSSEN HET MOMENT VAN STARTEN EN HET MOMENT DAT SMEEROLIE WEER GAAT STROMEN ZIT VAAK EEN PAAR SECONDEN.

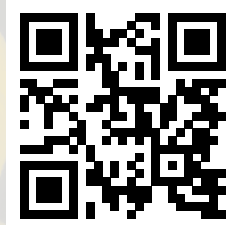
Tussen het moment van starten en het moment dat smeeroilie weer gaat stromen zit vaak een paar seconden speling en juist die paar seconden zijn heel belangrijk. Zonder goede smering slijt het lager namelijk in de behuizing, of andersom. Havoline ProDS biedt motoren met een stop-startsysteem de bescherming die ze nodig hebben.



De binnenkant van de motor blijft schoner, perfecte smering voorkomt vroegtijdige slijtage van vitale onderdelen en bovendien gaat het de opbouw van onverbrande deeltjes tegen.

DE SMERING VAN NU

De toekomst stelt olieproducenten voor nieuwe uitdagingen. Motoren worden steeds kleiner en de toleranties worden steeds nauwer. Daarom doet Chevron voortdurend onderzoek naar verbetering van smeeroïlen, door te experimenteren met additieven en chemische samenstelling. Stop-startsystemen spelen een belangrijke rol in de automotive industrie, nu en in de toekomst. In gewone auto's, in hybride auto's en in zelfrijdende auto's. Verspilling van tijd kunnen we niet wegnemen. Verspilling van brandstof wel. ■



Scan de QR-code en kijk welke Havoline motorolie geschikt is voor uw personenwagen
Website: <https://goo.gl/pDkkel>

FOTOMOMENT VAN ERWIN VAN DE KAMP

Vernieuwde uitstraling in Hardenberg

Juist in een tijd waarin de digitale en onpersoonlijke informatievoorziening de overhand lijkt te krijgen, waarden relaties persoonlijk contact extra. Over de deelname van EG Group aan Transport Compleet in Hardenberg op 13, 14 en 15 maart jongstleden bestond dan ook geen twijfel.

Transport Compleet is een vakbeurs waar al jaren de gehele transportbranche vertegenwoordigd is: van (inter)nationale marktleiders tot aan regionale aanbieders. Alle partijen tonen hier de nieuwste producten en oplossingen. EG Group toonde een sterk team in een vertrouwde, maar vernieuwde omgeving: voor het eerst onder de vlag van EG Group. Het bleek de perfecte gelegenheid om het gesprek aan te gaan met klanten en hen te informeren over de veranderingen in onze organisatie, waar we voor staan en waar we naar toe willen.

VAN SNELWEG NAAR BEURSVLOER

Erwin van de Kamp, Accountmanager bij EG Fuel, steekt van wal: "We werden als standbemanning

blij verrast door de behoefte van gasten om met ons een open gesprek aan te gaan. Als Accountmanager zijn wij elke dag op pad om klanten en potentiële klanten te bezoeken, maar hier zijn de rollen omgedraaid. Bovendien spreek je tijdens zo'n beurs veel mensen in korte tijd, in een andere omgeving en een informele sfeer. Ideaal wat ons betreft."

ELKE KLANT ZIJN VRAAG

Iedere klant kijkt op zijn eigen wijze naar ontwikkelingen en veranderingen. En heeft hier mogelijk vragen over. Er is dus persoonlijke aandacht nodig om die vragen passend te beantwoorden. Erwin vervolgt: "Transportbedrijven zijn bijvoorbeeld zeer gelukkig

met de extra tankmogelijkheden die ze hebben door het grote netwerk van EG Group. Groot betekent voor hen: extra flexibiliteit. Maar ook lokaal opererende bedrijven hebben we met plezier uitgelegd wat de ontwikkelingen zijn en welke kansen die hen bieden. EG Group is als naam inmiddels redelijk bekend, maar wat er allemaal geboden wordt minder. Ik ben er zeker van dat er na 'Hardenberg' veel meer duidelijkheid is." ■



V.l.n.r.: Arjan Buur, Eddy Borst, Erwin van de Kamp, Juliën Huisinga en Hans van Kessel

IN HET VAT

WK Superbikes

Za 21 t/m zo 22 april
TT Circuit, Assen
www.ttcircuit.com

MotoGP

Vr 29 juni t/m zo 1 juli
TT Circuit, Assen
www.ttcircuit.com

MXGP

Zo 16 september
TT Circuit, Assen
www.mxgp-assen.com

British Superbikes

Za 30 september
TT Circuit, Assen
www.ttcircuit.com



♦ Illustratie: Rudi Jonker

colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie en Nijol, onderdeel van EG Group. Oplage: 11.000 exemplaren. Coördinatie: Unlimited Communication, Tromplaan 1, 3742 AA Baarn, Nederland. Redactie e-mailadres: gevat@eurogarages.com of telefoonnummer: 088-0123600. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of op enigerlei wijze openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Salland Olie / EG Group.

